

### BAB III METODE PENELITIAN

#### 3.1 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

##### 3.1.1 Sejarah PT. Bank Negara Indonesia

Bank Negara Indonesia merupakan bank nasional pertama yang didirikan pasca kemerdekaan Republik Indonesia, yang di tandai dengan semangat perjuangan dari para pendiri RI untuk tidak menggunakan bank warisan kolonial Belanda.

Keputusan untuk mendirikan Bank Negara Indonesia di ambil dalam sidang pertama dewan menteri RI pada tanggal 19 September 1945 yang dipimpin langsung oleh Presiden Sukarno. Untuk itu pemerintah memberikan surat kuasa kepada Bapak R.M. Margono Djojohadikoesoemo (alm), guna mempersiapkan pembentukannya.

Sebagai langkah pertama, didirikan *Yayasan Poesat Bank Indonesia*, berdasarkan Akte Notaris R.M. Soerojo No. 14 tanggal 9 Oktober 1945. Walaupun menghadapi berbagai macam hambatan dan kesulitan, pada tanggal 5 Juli 1946, dengan peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang No. 2 Tahun 1946, berhasil didirikan bank sirkulasi atau bank sentral milik Negara Republik Indonesia dengan nama Bank Negara Indonesia. Peresmianya pertama dilakukan di Yogyakarta oleh wakil Presiden pertama M. Hatta pada tanggal 17 Agustus 1946. Untuk menandai

waktu pendiriannya, dibelakang nama BNI dahulu dicantumkan tulisan '46 (sekarang Bank BNI).

Maksud awal pendirian Bank BNI adalah sebagai bank sentral seperti di sebutkan di atas, tujuannya adalah untuk menggantikan De Javasche Bank pada zaman penjajahan. Namun dalam perkembangannya, BNI tidak sempat melaksanakan fungsi tersebut.

Pada Konfrensi Meja Bundar (KMB) telah dicapai persetujuan bahwa tugas bank sentral diserahkan ke De Javache Bank kembali (yang kemudian berganti menjadi Bank Indonesia pada tahun 1971).

Dengan dikeluarkannya Undang-undang Darurat No. 2 Tahun 1955, fungsi Bank BNI berubah menjadi bank umum yang usahanya diarahkan untuk emmbantu pembangunan ekonomi nasional.

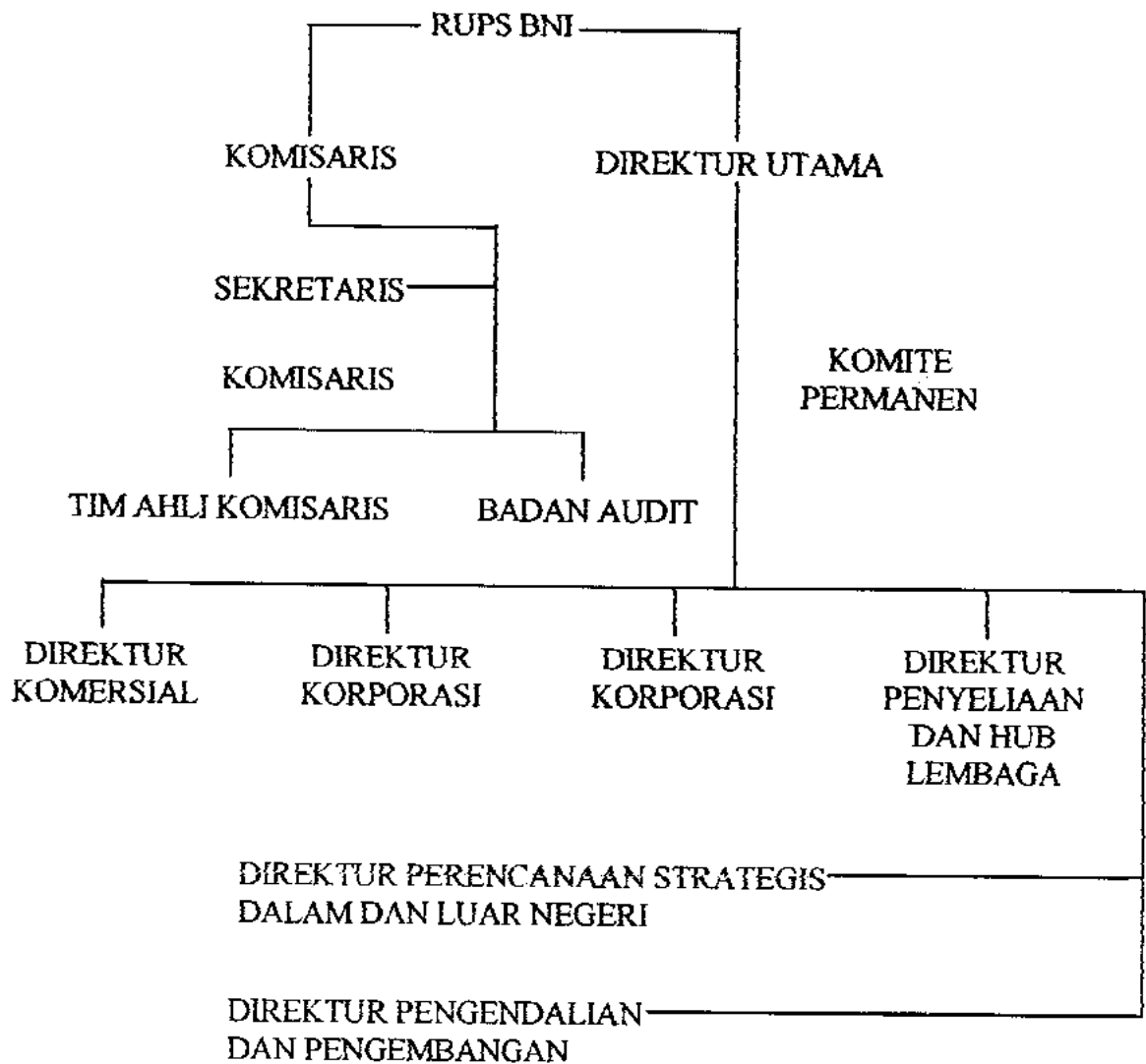
Dengan dikeluarkannya Penetapan Presiden No. 17 tahun 1965 tentang integrasi bank-bank pemerintah, sejak tanggal 17 Agustus 1965 Bank Negara Indonesia berubah nama menjadi Bank Negara Indonesia Unit III. Dalam tahun 1967 dikeluarkan Undang-undang No. 14 tentang Pokok-pokok Perbankan yang menetapkan kembalinya bank-bank pemerintah kepada fungsi semula seperti sebelum adanya integrasi. Selanjutnya, dengan Undang-undang No. 17 tahun 1968 Bank Negara Indonesia Unit III ditetapkan menjadi Bank Negara Indonesia 1946, yang berfungsi sebagai bank perbaikan ekonomi rakyat dan pengembangan ekonomi nasional dengan mengutamakan sektor industri.

Sesuai dengan Undang-undang No. 7 tahun 1992, bentuk hukum Bank Negara Indonesia 1946 diubah menjadi Perusahaan Perseroan dengan nama PT. Bank Negara Indonesia (Persero). Pada bulan November 1996 PT. Bank BNI (Persero) menjual sebagian sahamnya ke masyarakat (*go public*), sehingga nama lengkapnya menjadi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk atau disingkat Bank BNI. Pada waktu itu Bank BNI mempunyai 588 kantor cabang dan 14 kantor kas (kantor cabang pembantu) yang tersebar di seluruh Indonesia dan 6 kantor cabang luar negeri

**Tabel III.1**  
**Jumlah Kantor cabang Bank BNI di Seluruh Indonesia**

<b>Kantor wilayah</b>	<b>Jumlah Cabang</b>
Kantor Wilayah 01 Medan	46
Kantor Wilayah 02 Padang	27
Kantor Wilayah 03 Palembang	34
Kantor Wilayah 04 Bandung	43
Kantor Wilayah 05 Semarang	82
Kantor Wilayah 06 Surabaya	67
Kantor Wilayah 07 Ujung Pandang	48
Kantor Wilayah 08 Depansar	43
Kantor Wilayah 09 Banjarmasin	33
Kantor Wilayah 10 Jakarta	97
Kantor Wilayah 11 Manado	21
Kantor Wilayah 12 Jakarta	31
Jumlah kantor cabang ditambah jumlah kantor kas (kantor cabang pembantu)	<b>602</b>

**Gambar 3.1**  
**Bagan Struktur Organisasi PT. Bank BNI (PERSERO) TBK**



Selama ini Bank BNI unggul dalam corporate banking, yaitu bidang perbankan yang menggarap nasabah perusahaan baik dalam segi pengumpulan dana maupun pemanfaatan dana yang terkumpul. Namun di masa kini dan di masa depan, retail banking merupakan bidang garapan yang harus digarap oleh bank, kalau bank tidak ingin ketinggalan

dibandingkan dengan bank lain, untuk itu BNI melakukan beberapa perubahan strateginya seperti di bawah ini.

**Strategi umum Bank BNI:**

1. Mempertahankan keunggulan bisnis corporate banking.
2. Meningkatkan bisnis retail banking.
3. Menjadi Bank komersial terbuka.
4. Meningkatkan bisnis internasional.
5. Meningkatkan pemanfaatan teknologi dan sumber daya manusia.

Untuk melayani nasabah dengan baik, maka dituntut penyempurnaan dalam bidang teknologi karena saat ini nasabah semakin membutuhkan keakuratan dan kecepatan transaksi. Untuk itu Bank BNI telah membangun jaringan komunikasi sendiri dengan (VSAT Communications).

Produk-produk yang berkaitan dengan teknologi adalah Anjungan Tunai Mandiri (ATM), card manajement, post product, telebanking dan teller routing. Sehingga dengan sistem yang dilakukan ini seluruh cabang Bank BNI telah masuk dalam jaringan komputer (on-line) pada akhir tahun 1997 lalu.

### **3.1.2 Produk Bank BNI**

Bank BNI merupakan salah satu bank umum terkemuka di Indonesia, dengan di dukung oleh 602 jaringan cabang yang meliputi hampir seluruh kota di Indonesia (terutama kota-kota besar dan 6 cabang di luar negeri).

Bank BNI mengembangkan dan memasarkan produk dan jasa perbankan pada perusahaan berskala besar termasuk lembaga dan instansi pemerintah, perusahaan-perusahaan berskala menengah dan skala kecil, serta individu.

Untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat, BNI menawarkan berbagai produk dan jasa perbankan mulai dari simpanan (giro, tabungan dan deposito), pemberian kredit hingga pengelolaan dana, Bank BNI juga berperan secara aktif dalam pengaturan kredit berdikasi, pembiayaan ekspor impor, dan menawarkan produk yang berhubungan dengan transaksi devisa.

Bank BNI merupakan salah satu pelopor di Indonesia dalam hal pengiriman uang secara elektronik dan jasa kustodian. Selain usaha pokok perbankan, Bank BNI juga menyediakan jasa keuangan lainnya melalui anak perusahaannya yang meliputi bank patungan (joint venture), bank perkreditan rakyat, perusahaan sewa guba usaha (leasing), perusahaan modal ventura, perusahaan efek dan perusahaan pembiayaan (multi finance).

### **3.1.3 Sejarah Bank BNI Cab. UGM Yogyakarta**

Kantor Bank BNI Cabang UGM Yogyakarta yang terletak di dalam lingkungan kampus Universitas Gadjah Mada didirikan pada tahun 1964, awalnya bertujuan untuk memudahkan para mahasiswa Universitas Gadjah Mada dan mahasiswa Universitas lainnya dalam melakukan

kegiatan perbankan seperti menabung dan menerima transfer uang dari orang tua sebagai bekal untuk belajar.

Hal ini ditegaskan kembali dalam hasil wawancara yang dilakukan dengan pimpinan Bank BNI cabang UGM Yogyakarta, alasan Bank BNI mendirikan cabang di lingkungan UGM khususnya dan mahasiswa serta masyarakat Yogyakarta pada umumnya dan untuk menanamkan image yang kuat terhadap para mahasiswa tersebut agar pada saat mereka nanti lulus nanti, yang menjadi tujuan utama mereka dalam melakukan transaksi keuangan dan perbankan adalah Bank BNI.

Berawal dari lokasi tanah yang dipinjamkan kepada Bank BNI oleh pihak Universitas Gadjah Mada untuk digunakan dan dimanfaatkan dengan sistem perjanjian (BOT) atau Build, Operation, and Transfer yaitu suatu perjanjian yang dilaksanakan dan disetujui antara pihak BNI dengan pihak Universitas Gadjah Mada, yang mana pihak Bank BNI membangun gedung sebagai tempat operasionalnya, menjalankan tugas perbankan seperti yang dilakukan oleh BNI yang lainnya seperti biasa dan apabila waktu yang ditentukan dalam perjanjian mengenai batas waktu, maka pihak Bank BNI diharuskan mengembalikan tanah yang dipinjam tersebut berikut dengan bangunan yang didirikan di atas tanah tersebut. Jadi dalam hal ini pihak UGM tidak menarik biaya sewa tanah atas lokasi bangunan Bank BNI didirikan tersebut, tetapi berhak memiliki bangunan yang didirikan oleh BNI bila masa waktu yang ditentukan sudah habis dan tidak diadakan perpanjangan lagi.

Selain sasaran terhadap para mahasiswa UGM seperti disebut di atas, perkembangan BNI UGM Yogyakarta juga menarik minat masyarakat sekitarnya, sehingga pada akhirnya BNI UGM Yogyakarta tidak hanya melayani mahasiswa UGM saja tetapi masyarakat luas juga ikut menyimpan dananya dan melakukan kegiatan perbankan yang lainnya di BNI UGM Yogyakarta ini. Sehingga pada akhirnya BNI UGM Yogyakarta menjadi milik masyarakat luas juga dan memberikan manfaat yang tidak sedikit pada masyarakat Yogyakarta pada umumnya.

Dengan dioperasikan oleh 1 orang pemimpin cabang, 2 orang wakil pemimpin cabang dan 147 orang karyawan, yang terdiri dari pegawai yang mengurus tentang masalah umum, masalah tabungan dan deposito, masalah kredit pinjaman usaha, pegawai yang mengurus pengiriman uang, mengurus penerimaan pembayaran SPP mahasiswa, pembayaran rekening telepon, pengisian ATM dan masih banyak lagi, bank yang mulai beroperasi dibilangan kampus UGM sejak tahun 1964 ini berusaha untuk memberikan yang terbaik bagi nasabahnya

Data terakhir menunjukkan jumlah nasabah Bank BNI Cab UGM Yogyakarta yang mencapai 125.543 orang

**Tabel 3.2**  
**Jumlah Nasabah Tabungan Deposito dan Giro**  
**Bank BNI Cab UGM Yogyakarta**

Tahun 2000	Tahun 2001	Tahun 2002
56.246	113.921	125.543



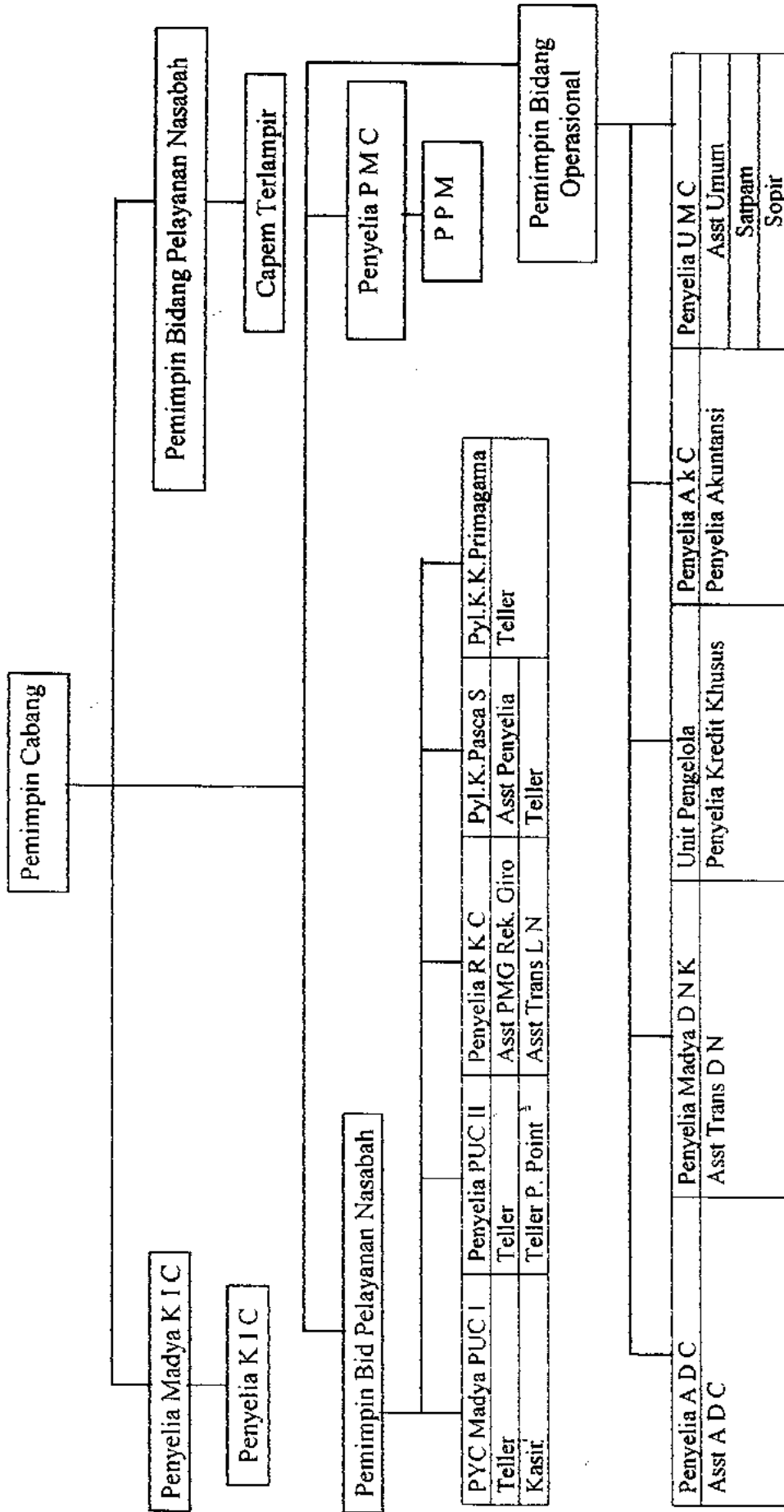
Dengan jumlah dana simpanana yang mencapai kurang lebih 6.7 milyar rupiah (data perkiraan Bank BNI Cab UGM Yogyakarta). Ini ditambah lagi dengan jumlah kreditur yang cukup banyak dan dana yang disalurkan kepada masyarakat melaluipinjaman kredit tersebut. Selain ini juga untuk meningkatkan pelayanan pihak Bank BNI Pusat telah memberikan wewenang kepada pihak BNI Cabang UGM Yogyakarta untuk mengelola kantor cabang pembantu yang terletak di dalam lingkungan kampus IKIP Karang Malang Yogyakarta, yang mana kantor ini bertujuan untuk memudahkan mahasiswa IKIP untuk mengurus masalah pembayaran SPP dan melakukan transaksi perbankan lainnya. Kantor cabang pembantu ini juga dilengkapi dengan sebuah mesin ATM sebagai penunjang saranannya, seperti halnya kantor lainnya, kantor cabang pembantu ini dikelola oleh seorang pemimpin kantor cabang pembantu yang dibantu dengan para karyawannya. Hasil wawancara dengan salah satu karyawan BNI Cab UGM Yogyakarta, diketahui bahwa penggunaan Anjungan Tunai Mandiri terpadat dan tersibuk untuk wilayah kerja 05 adalah penggunaan ATM yang berlokasi di kantor BNI Cab UGM Yogyakarta ini dengan interval waktu pengisian ulang karena lebih 3 jam sekali, jumlah untuk sekali pengisian adalah antara 15.000.000 rupiah sampai dengan 20.000.000 rupiah tergantung dengan kapasitas ATM tersebut.

Dari penjelasan di atas dapat sedikit diulas di sini tentang beberapa kelemahan yang dimiliki oleh Bank BNI Cab UGM Yogyakarta ini, yaitu

masih seringnya terputus komunikasi On-Line antar cabang yang menghubungkan BNI UGM Yogyakarta atau sebaliknya sehingga cukup mengganggu kelancaran aktifitas kerja karyawan dan nasabah terlepas dari hal teknis tersebut, sedangkan beberapa kelebihan yang dimiliki adalah: sebagai bank Pemerintah Bank BNI telah mempunyai jaminan terhadap dana masyarakat yang disimpan tidak akan hilang bila terkena likuidasi, dan jaminan terhadap profesionalisme kerja karyawannya, serta banyaknya jumlah jaringan cabang yang terdapat di seluruh pelosok tanah air.

Gambar 3.2 ini menjabarkan secara jelas dan detail mengenai struktur organisasi kerja Bank BNI cabang UGM Yogyakarta mulai dari pemimpin cabang sampai dengan seluruh lini kerja yang tergambar dengan jelas.

Gambar 3.2  
 Struktur Organisasi Bank BNI Cabang UGM Yogyakarta  
 Per 30 Juli 1999





### **3.2. JENIS PENELITIAN**

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian dengan menggunakan kuisioner dengan menggunakan metode diskritif-kualitatif dengan pendekatan *Importance-performance* analisis John a. Martila and John C. James atau lebih dikenal dengan analisa tingkat kepentingan dan kinerja/performance konsumen

### **3.3 LOKASI PENELITIAN**

Penelitian dilakukan pada Bank BNI cabang UGM Yogyakarta yang difokuskan pada nasabah Tabungan Deposito dan Giro

### **3.4 VARIABEL PENELITIAN**

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *importance-performance*, setiap pendekatan terdiri dari 5 Variabel yang akan digunakan untuk menilai tingkat kepuasan Nasabah terhadap kinerja/pelayanan PT. BNI Cabang UGM Yogyakarta Setiap variabel memuat beberapa atribut.

#### **3.4.1 Variabel Penelitian *Importance***

Variabel penelitian kepentingan terdiri dari 5 variabel beserta beberapa atribut, yaitu:

**1. Variabel Reliability**

1. Bank selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan.
2. Setiap kali nasabah menghadapi masalah, bank akan memberikan perhatian terhadap penyelesaian masalah tersebut.
3. Bank tidak pernah membuat kesalahan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.
4. Bank menyelesaikan pelayanan untuk nasabah sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
5. Bank tidak pernah membuat kesalahan dalam pencatatan keuangan nasabah
6. Nomor telepon pelayanan phone banking mudah diakses.

**2. Variabel Keresponsifan**

7. Nasabah tidak pernah menunggu lebih dari lima menit untuk menunggu perbaikan system jaringan komputer ketika off line
8. Nasabah tidak pernah menunggu lebih dari lima menit untuk memperoleh pelayanan bank.
9. Karyawan bank selalu bersedia membantu nasabah.
10. Petugas satuan pengamanan ( satpam ) bank selalu bersedia untuk membantu nasabah.
11. Lokasi Automatic Teller Machine ( ATM ) mudah dijangkau.
12. Bank memiliki jaringan ATM yang tersebar luas.
13. Nasabah tidak perlu menunggu lebih tiga kali deringan telepon untuk bisa mengakses no telepon bank.

### **3. Variabel Assurance**

14. Cara karyawan dalam melayani nasabah menimbulkan kepercayaan nasabah kepada bank.
15. Nasabah merasa aman melakukan transaksi dengan bank.
16. Nasabah tidak pernah mengalami kesulitan dalam mengisi formulir yang disediakan bank
17. Nasabah selalu merasa aman menggunakan jasa layanan phone banking
18. Karyawan bank mampu menjawab semua pertanyaan nasabah.
19. Bank memiliki pelayanan ATM yang modern.
20. Nasabah selalu merasa aman melakukan transaksi melalui ATM.
21. Pemgas phone banking selalu memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan.
22. Karyawan bank selalu bersikap profesional dan ramah : tersenyum serta mengucapkan salam dan terima kasih.

### **4. Variabel Empaty**

23. Bank selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanannya.
24. Bank memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
25. Dalam memberikan pelayanan, karyawan bank tidak pernah lupa menyebut nama nasabah.
26. Nasabah selalu merasa bahwa kepentingannya lebih diutamakan oleh bank.

- 27. Pada ATM yang rusak selalu terdapat pengumuman.
- 28. Pada ATM yang rusak selalu diberikan informasi lokasi ATM terdekat.
- 29. Waktu atau jam layanan phone banking yang tersedia sesuai dengan kebutuhan nasabah.

#### **5. Variabel *Tangibility***

- 30. Penampilan karyawan bank selalu rapi.
- 31. Semua jenis formulir yang diperlukan selalu tersedia dan mudah diperoleh.
- 32. Petugas satpam bank bersikap professional dan memberikan rasa aman kepada nasabah
- 33. Petugas satpam selalu berpenampilan rapi.
- 34. Lokasi ATM bank aman.
- 35. Ruang tunggu bank nyaman
- 36. Jumlah counter teller cukup.
- 37. Jumlah customer service cukup.
- 38. Ruangan bank baik yang dikantor induk maupun dikantor pembantu bersih dan terawat
- 39. Lokasi atm bersih dan terawat.
- 40. ATM bank selalu dalam keadaan bisa digunakan selama 24 jam

#### **3.4.2 Variabel Penelitian *Performance***

Variabel penelitian kinerja terdiri dari 5 variabel yang masing-masing memuat beberapa atribut. Variabel tersebut yaitu:



- 27. Pada ATM yang rusak selalu terdapat pengumuman.
- 28. Pada ATM yang rusak selalu diberikan informasi lokasi ATM terdekat.
- 29. Waktu atau jam layanan phone banking yang tersedia sesuai dengan kebutuhan nasabah.

#### **5. Variabel *Tangibility***

- 30. Penampilan karyawan bank selalu rapi.
- 31. Semua jenis formulir yang diperlukan selalu tersedia dan mudah diperoleh.
- 32. Petugas satpam bank bersikap professional dan memberikan rasa aman kepada nasabah
- 33. Petugas satpam selalu berpenampilan rapi
- 34. Lokasi ATM bank aman.
- 35. Ruang tunggu bank nyaman
- 36. Jumlah counter teller cukup.
- 37. Jumlah customer service cukup.
- 38. Ruangan bank baik yang dikantor induk maupun dikantor pembantu bersih dan terawat
- 39. Lokasi atm bersih dan terawat.
- 40. ATM bank selalu dalam keadaan bisa digunakan selama 24 jam

#### **3.4.2 Variabel Penelitian *Performance***

Variabel penelitian kinerja terdiri dari 5 variabel yang masing-masing memuat beberapa atribut. Variabel tersebut yaitu:

**1. Variabel *Reliability***

- 1 Bank selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan.
- 2 Setiap kali nasabah menghadapi masalah, bank akan memberikan perhatian terhadap penyelesaian masalah tersebut.
- 3 Bank tidak pernah membuat kesalahan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.
- 4 Bank menyelesaikan pelayanan untuk nasabah sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
- 5 Bank tidak pernah membuat kesalahan dalam pencatatan keuangan nasabah
- 6 Nomor telepon pelayanan phone banking mudah diakses.

**2. Variabel *Keresponsifan***

- 7 Nasabah tidak pernah menunggu lebih dari lima menit untuk menunggu perbaikan system jaringan komputer ketika off line
- 8 Nasabah tidak pernah menunggu lebih dari lima menit untuk memperoleh pelayanan bank.
- 9 Karyawan bank selalu bersedia membantu nasabah.
- 10 Petugas satuan pengamanan ( satpam ) bank selalu bersedia untuk membantu nasabah.
- 11 Lokasi Automatic Teller Machine ( ATM ) mudah dijangkau.
- 12 Bank memiliki jaringan ATM yang tersebar luas.
- 13 Nasabah tidak perlu menunggu lebih tiga kali deringan telepon untuk bisa mengakses no telepon bank.

**3. Variabel Assurance**

- 14 Cara karyawan dalam melayani nasabah menimbulkan kepercayaan nasabah kepada bank.
- 15 Nasabah merasa aman melakukan transaksi dengan bank.
- 16 Nasabah tidak pernah mengalami kesulitan dalam mengisi formulir yang disediakan bank
- 17 Nasabah selalu merasa aman menggunakan jasa layanan phone banking
- 18 Karyawan bank mampu menjawab semua pertanyaan nasabah.
- 19 Bank memiliki pelayanan ATM yang modern.
- 20 Nasabah selalu merasa aman melakukan transaksi melalui ATM.
- 21 Petugas phone banking selalu memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan.
- 22 Karyawan bank selalu bersikap profesional dan ramah : tersenyum serta mengucapkan salam dan terima kasih.

**4. Variabel Empaty**

- 23 Bank selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanannya.
- 24 Bank memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
- 25 Dalam memberikan pelayanan, karyawan bank tidak pernah lupa menyebut nama nasabah.

- 26 Nasabah selalu merasa bahwa kepentingannya lebih diutamakan oleh bank.
- 27 Pada ATM yang rusak selalu terdapat pengumuman.
- 28 Pada ATM yang rusak selalu diberikan informasi lokasi ATM terdekat.
- 29 Waktu atau jam layanan phone banking yang tersedia sesuai dengan kebutuhan nasabah.

#### **5. Variabel Tangibility**

- 30 Penampilan karyawan bank selalu rapi.
- 31 Semua jenis formulir yang diperlukan selalu tersedia dan mudah diperoleh.
- 32 Petugas satpam bank bersikap profesional dan memberikan rasa aman kepada nasabah.
- 33 Petugas satpam selalu berpenampilan rapi.
- 34 Lokasi ATM bank aman.
- 35 Ruang tunggu bank nyaman.
- 36 Jumlah counter teller cukup.
- 37 Jumlah customer service cukup.
- 38 Ruangan bank baik yang dikantor induk maupun dikantor pembantu bersih dan terawat.
- 39 Lokasi atm bersih dan terawat.
- 40 ATM bank selalu dalam keadaan bisa digunakan selama 24 jam.

### 3.5 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

#### a. *Reliability* (kehandalan)

Mewakili janji-janji yang dilakukan penyedia jasa. *Reliability* yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Bisa juga diartikan sebagai perusahaan yang memberikan janji-janji mengenai pelayanan, pemecahan masalah dan kesepakatan harga. Dan konsumen biasanya ingin melakukan bisnis dengan perusahaan yang mampu menepati janjinya.

#### a. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

*Being willing to help* atau mempunyai kemauan untuk membantu. *Responsiveness* yaitu kemauan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat. Dimensi ini menekankan perhatian dan kecepatan dalam melayani permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah yang diajukan konsumen. Dimensi ini dapat diartikan bahwa dalam proses melayani konsumennya suatu perusahaan harus dapat melihat pemberian pelayanan dan menanggapi permintaan yang dilihat dari sisi konsumen dari pelayanan perusahaan itu sendiri.

#### b. *Assurance* (Jaminan)

*Inspiring trust and confidence*. *Assurance* yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh perusahaan dan karyawannya untuk membangkitkan rasa percaya diri dan kepercayaan. Dimensi ini sangat penting terutama bagi *service* yang diterima

konsumen mengandung unsure resiko atau jika konsumen ragu-ragu akan kemampuan perusahaan untuk mengevaluasi hasil akhir

c. *Empaty* (Empati)

*Treating customer as individual*. Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, pemahaman pribadi dan pemahaman kepuasan konsumen. Dalam dimensi ini perusahaan harus dapat meyakinkan konsumen agar konsumen paham dan penting bagi perusahaan itu sendiri yang memberikan *service* kepada mereka.

e. *Tangibles* (Berwujud)

Mewakili *service* secara fisik, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personel, dan saran komunikasi. Kesemuanya tersebut mewakili suatu pelayanan yang digunakan oleh konsumen untuk mengevaluasi kualitas

### 3.6 METODE PENGUMPULAN DATA

1. Kuisisioner

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membagikan daftar pertanyaan kepada para responden yang akan diteliti untuk dijawab, guna memperoleh tanggapan dan informasi dari responden tentang objek penelitian.

2. Wawancara

Pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab langsung dalam perusahaan yang diteliti untuk mendapatkan keterangan berupa data-data dan informasi-informasi yang diperlukan.

### 3.6.1 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur variabel adalah kuisisioner yang isinya berhubungan dengan 5 dimensi mutu pelayanan (*reliability, keresponsifan, assurance, empaty, tangibility*). Dalam penyusunan kuisisioner digunakan tipe pertanyaan tertutup dimana responden tinggal memilih option jawaban yang sudah tersedia dan diberi kebebasan untuk memilih jawabannya sesuai dengan keinginannya. Untuk mengukur tingkat kepentingan nasabah dan tingkat kinerja/pelayanan PT. BNI Cabang UGM terhadap nasabah akan digunakan model skala likert. Model skala likert ini mempunyai 5 jawaban alternative yang tersedia ( Prof.J. Supranoto, MA, Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan : 1997 : 240 ) yaitu:

a. Untuk pengukuran tingkat kepentingan nasabah

Penilaian	Bobot
Sangat penting	5
Penting	4
Cukup penting	3
Tidak penting	2
Sangat tidak penting	1

b. Untuk mengukur tingkat kinerja/pelayanan PT.BANK BNI

Penilaian	Bobot
Sangat baik	5
Baik	4
Cukup baik	3
Tidak baik	2
Sangat tidak baik	1

### 3.6.2 Jenis dan sumber Data

1. Data umum

Adalah data yang bersifat gambaran secara umum mengenai perusahaan.

2. Data khusus

Hal-hal yang menyangkut perilaku nasabah tabungan, deposito dan giro BNI Cabang UGM Yogyakarta

3. Data primer

Yaitu data yang langsung diperoleh langsung dari responden yang meliputi:

- a. Karakteristik responden yang terdiri dari jenis nasabah baik perorangan maupun institusi dari pemegang produk tabungan, giro dan deposito



- b. Data dari pendapatan konsumen mengenai pelayanan, lokasi, fasilitas tambahan yang melekat pada produk tabungan, deposito dan giro.
4. Data Sekunder

Data sekunder didapat dari dokumentasi intern dan ekstern yang meliputi data pmda dan perbankan DIY

### **3.6.3 Obyek Penelitian**

Penelitian dilakukan pada Bank BNI cabang UGM Yogyakarta yang difokuskan pada nasabah Tabungan, Deposito dan Giro

### **3.6.4 Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek yang karakteristiknya akan diteliti. Populasi yang akan diteliti yakni masyarakat atau konsumen atau lembaga baik pemerintah maupun non pemerintah yang menjadi nasabah pada Bank BNI cabang UGM yang secara keseluruhan baik nasabah giro, tabungan dan deposito berjumlah 125.543 orang

#### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang diteliti. Pada penelitian ini hanya akan diambil sejumlah sampel saja (metode sampling). pengambilan sampel yang dipergunakan adalah non probability sampling. Teknik non probability sampling yang dipilih

adalah accidental sampling. Sampel diambil pada jumlah tertentu secara acak terhadap nasabah bank BNI baik nasabah penabung, deposito serta Giro. Jumlah responden yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini adalah berjumlah seratus (100) orang yang kesemuanya adalah nasabah PT Bank Negara Indonesia Cabang UGM Yogyakarta. Penentuan jumlah sampel sebanyak seratus (100) sampel dilakukan dengan cara sebagai berikut:

Besarnya tingkat penyimpangan yang dapat diterima dalam penelitian ini sebesar 10% keputusan ini bersifat subjektif dan didasarkan pada pengalaman penelitian terdahulu, besarnya standar deviasi 0,5 dan tingkat keyakinan dalam penelitian ini sebesar 95% dengan demikian tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi sebesar 5%.

$E$  = besarnya error dalam penelitian ini 0,1

$\delta$  = deviasi standar populasi dalam penelitian ini 0,5

$Z$  = confidence coefficient dalam penelitian ini 95%

$\alpha$  = tingkat kesalahan dalam penelitian ini 5%

$n$  = besarnya sampel yang diduga

$$n = \left| \frac{Z \alpha \cdot \delta}{E} \right|^2$$

$$n = \left| \frac{1,96 \cdot 0,50}{0,1} \right|^2$$

$$n = 96,04 \approx 100$$

$$\delta = 0,5 \quad ; \quad E = 0,1 \quad ; \quad \frac{Z \alpha}{2} = 1,96$$

Dalam penelitian ini  $\frac{Z \alpha}{2}$  dalam daftar table bernilai 1,96

Dalam menyelesaikan persamaan untuk ukuran penentuan sampel  $n$ , semua pecahan harus dibulatkan keatas kebilangan yang lebih besar (Ronald E. Walpole, 1993, hlm. 245). Maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 100 sampel atau responden dengan pembulatan keatas dari 96,04 responden. Selain itu alasan dilakukannya pembulatan yaitu untuk memudahkan kinerja dan tidak mengalami kesulitan dalam proses pengolahan.

### **3.7 Uji Validitas, Reliabilitas dan Instrumen Penelitian**

#### **3.7.1 Uji Validitas**

Uji Validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melaksanakan fungsi ukurnya (Azwar, 2000:5). Suatu pengujian dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi jika hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan dari pengukuran tersebut. Suatu alat ukur dapat dikatakan sebagai alat ukur yang valid jika dapat mengungkapkan data dengan tepat dan dapat menggambarkan mengenai data tersebut. Dengan begitu validitas merupakan suatu instrument penelitian dalam mengungkapkan data dan tepat sesuai dengan dengan permasalahan yang ada. Nilai koefisien Validitas berkisar antara 0.0

sampai 1.0. Untuk memperoleh hasil penelitian yang benar-benar Valid maka dalam proses pengolahannya digunakan spss for Window. Valid dan tidaknya diukur dengan angka koofisien korelasi:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r	=	Koofisien Korelasi
X	=	Item no i
Y	=	Skor total
∑	=	Jumlah

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan tingkat kekuatan suatu alat pengukur apakah dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Reliabilitas berhubungan dengan tingkat kepercayaan terhadap hasil dari suatu pengukuran. Hasil pengukuran dapat dipercaya jika dalam beberapa kali telah dilakukan pengukuran pada subyek yang sama maka akan didapatkan hasil yang relative sama pula. Selama beberapa aspek yang ada dalam diri subyek memang belum berubah (Azwar,2000:4). Sebagaimana halnya dengan pengujian Validitas, penulis dalam melakukan pengujian reliabilitas juga menggunakan cara SPSS for Window. Rumusnya menggunakan Formulasi Alpha ( $\alpha$ ).

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum S_j^2}{S^2} \right)$$

$\alpha$	=	Koefisien reliabilitas $\alpha$
K	=	Banyaknya belahan
$S^2_j$	=	Varians skor belahan
$S^2$	=	Varians skor total
$\epsilon$	=	Sigma = Jumlah

### 3.8 METODE ANALISIS DATA

Dalam menjawab pertanyaan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan Nasabah terhadap kinerja atau pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Negara Indonesia Cabang UGM Yogyakarta maka penulis dalam menganalisa data akan menggunakan metode diskritif-kualitatif dengan pendekatan *Importance-Performance* (John A Martila dan John C James, 1997:77-79) atau analisa tingkat kepentingan/kepuasan konsumen terhadap kinerja suatu perusahaan.

#### 1. Analisis Tingkat Kepentingan

Analisis tingkat kepentingan adalah suatu metode dalam menganalisa suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi oleh perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan sehingga bisa diketahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen sehingga perusahaan berusaha untuk memenuhi kepentingan konsumen tersebut sehingga konsumen bisa mencapai kepuasan.

## 2. Analisis Tingkat Kinerja

Analisis kinerja adalah suatu metode dalam menganalisa suatu keadaan dimana pihak perusahaan berusaha untuk memberikan hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan dalam rangka mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Jadi analisa tingkat kepentingan/kepuasan konsumen terhadap kinerja suatu perusahaan adalah suatu metode analisa yang pada intinya adalah tingkat kepentingan pelanggan (*customer expectation*) diukur dalam kaitannya dengan apa yang seharusnya dikerjakan oleh perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi dan memuaskan konsumen. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan berdasarkan penilaian pelanggan terhadap dua isu penting yaitu: (1) tingkat kepentingan pelayanan yang diberikan, dan (2) kinerja pemberi pelayanan (perusahaan) didalam memberikan pelayanannya.

Langkah pertama yang akan dilakukan penulis dalam mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan/kinerja PT. Bank Negara Indonesia cabang UGM Yogyakarta adalah mengukur tingkat kepentingan nasabah terhadap dimensi *reliability*, *tangibility*, *keresponsifan*, *assurance* dan *empaty*. Tingkat kepentingan nasabah terhadap ke 5 (lima) Dimensi yang meliputi *reliability*, *tangibility*, *keresponsifan*, *assurance*, dan *empaty* tersebut

akan dinilai berdasarkan 5 skala (likert) yang terdiri dari sangat penting, penting, cukup penting, tidak penting dan sangat tidak penting ( Prof.J. Supranoto, MA, Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan : 1997 : 240 ). Kelima penilaian tersebut diberikan bobot sebagai berikut:

Penilaian	Bobot
Sangat penting	5
Penting	4
Cukup penting	3
Tidak penting	2
Sangat tidak penting	1

Nilai bobot ini diberikan sesuai dengan besar kecilnya tingkat kepentingan nasabah terhadap kelima dimensi tersebut diatas.

Kemudian setelah mengukur tingkat kepentingan nasabah terhadap kelima (5) Dimensi yang meliputi *reliability*, *keresponsifan*, *assurance*, *empaty dan tangibility* tersebut, maka langkah selanjutnya adalah mengukur tingkat kinerja PT. BNI Cabang UGM terhadap nasabah yang akan dinilai berdasarkan 5 skala (likert) yang terdiri dari sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik, dan sangat tidak baik( Prof.J. Supranoto, MA, Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan : 1997 : 240 ). Kelima penilaian tersebut diberikan bobot sebagai berikut:

Penilaian	Bobot
Sangat baik	5
baik	4
Cukup baik	3
Tidak baik	2
Sangat tidak baik	1

Setelah hasil dari pengukuran tingkat kepeentingam nasabah dan tingkat pelayanan/kinerja terhadap dimensi *reliability*, *keresponsifan*, *assurance*, *empaty* dan *tangibility* tersebut maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelayanan yang diberikan oleh PT. BNI Cabang UGM terhadap nasabahnya. Tingkat kesesuaian merupakan hasil dari perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan . Dari hasil perhitungan tingkat kesusaian inilah yang nantinya akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Nasabah.

Dalam penelitian ini nantinya akan terdapat dua (2) variable yang diwakilkan oleh huruf X dan Y dimana huruf X akan mencerminkan tingkat kinerja PT. BNI cabang UGM Yogyakarta yang bisa memberikan kepuasan para nasabah, sedangkan huruf Y mencerminkan tingkat kepentingan nasabah. Sedangkan rumus yang akan digunakan adalah sebagai berikut ( J. Supranoto.1997:24) :



$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Dimana :  $T_{ki}$  = Tingkat kesesuaian responden

$X_i$  = Skor penilaian kinerja perusahaan

$Y_i$  = Skor penilaian kepentingan Nasabah

Langkah selanjutnya adalah memasukan nilai skor tingkat kinerja kedalam variable X (sumbu horizontal) dan memasukan nilai skor tingkat kepentingan nasabah kedalam variabel Y (sumbu vertikal). Untuk penyederhanaan rumusnya maka dapat di uraikan sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana :  $\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan

$n$  = Skor penilaian kepentingan Nasabah

### 3. Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangunan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y) dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja atau kepuasan nasabah seluruh faktor atau atribut dan Y adalah merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Seluruhnya ada 40 faktor atau

atribut sehingga secara keseluruhan ada K faktor dimana  $K=40$  sehingga rumus selanjutnya adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N Y_i}{K}$$

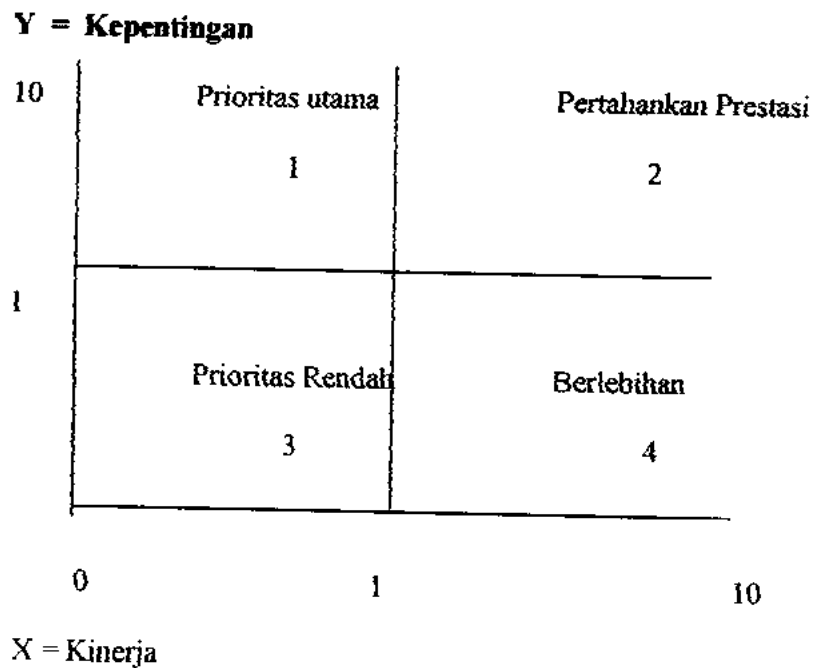
Dimana K = banyaknya atribut/faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan Nasabah.

Untuk dapat melihat posisi kepuasan Nasabah nasabah dari PT. Bank BNI cabang UGM maka harus dibuat rekapitulasi hasil perhitungan skor untuk kemudian dicari rata-rata perhitungannya sebagaimana disajikan dalam table.

Langkah selanjutnya adalah dengan membuat diagram kartesius dengan memasukan nilai skor tingkat rata-rata kinerja kedalam variabel X (sumbu horizontal) dan memasukan nilai skor tingkat kepentingan nasabah kedalam Variabel Y (sumbu vertikal). Diagram kartesius akan dibuat berdasarkan letak atribut dari masing-masing variabel dan letak atribut dari seluruh variabel sehingga nantinya bisa terlihat letak dari masing-masing atribut berdasarkan tiap variabel dan berdasarkan variabel secara keseluruhan sehingga setiap variabel akan mempunyai diagram kartesius tersendiri yang kemudian baru digabung dalam satu diagram kartesius. Diagram kartesius berfungsi sebagai alat analisis yang akan digunakan untuk memetakan posisi-posisi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Nasabah/nasabah PT. BNI PERSERO TBK Cabang

UGM. Dalam diagram ini akan diperlihatkan empat letak posisi faktor-faktor tersebut

**Gambar 3.3**  
**Diagram Kartesius**



Keterangan:

1. Pada kuadran 1 bahwa faktor-faktor yang sangat penting bagi Nasabah/nasabah akan tetapi oleh pihak perusahaan belum melaksanakannya dengan baik agar bisa lebih sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah sehingga menimbulkan perasaan tidak puas dari nasabah.
2. Pada kuadran 2 menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dianggap penting oleh Nasabah/nasabah tetapi telah dilaksanakan dengan baik dan dapat

memuaskan Nasabah, maka kini kewajiban perusahaan adalah untuk tetap mempertahankannya.

3. Pada kuadran 3 menunjukkan bahwa faktor-faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi Nasabah akan tetapi kinerjanya oleh perusahaan dilakukan dengan bisa-bisa saja dan dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
4. Pada kuadran 4 menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dianggap kurang penting tetapi dijalankan oleh perusahaan dengan sangat baik oleh pihak perusahaan sehingga menimbulkan pelayanan yang berlebihan.